

Mengantisipasi Kematian Massal PTS

Oleh: Muh Bahrudin

Kekhawatiran akan matinya perguruan tinggi swasta akibat dibukanya berbagai jalur di perguruan tinggi negeri serta kurangnya penjaminan mutu lulusan PTS semakin menjadi kenyataan.

Sebanyak 49 PTS di Jawa Timur bahkan berada dalam keadaan tidak sehat. Kondisi ini terlihat dari jumlah mahasiswanya yang kurang dari 100 orang. Padahal, idealnya sebuah PTS yang sehat di Jatim minimal memiliki 200 orang mahasiswa per program studi (prodi) (Kompas, 14 Februari 2008).

Tak bisa dimungkiri, di antara PTS itu pernah meraih prestasi gemilang dengan mencetak angka rata-rata 300 hingga 400 lebih mahasiswa per prodi setiap angkatan. Bahkan, jurusan favorit seperti ekonomi dan teknik melebihi 1.000 mahasiswa setiap angkatan.

Konon, berbagai upaya telah ditempuh oleh PTS, tetapi tetap saja kandidat mahasiswa yang masuk relatif sedikit, bahkan dari tahun ke tahun semakin menurun. Beberapa prodi bahkan nyaris tidak ada kandidat mahasiswanya, seperti pertanian dan perikanan.

Persoalan ini tentu saja akan mengancam eksistensi PTS selanjutnya. Makin sedikit jumlah mahasiswa makin sedikit pula dana pendidikan yang dikumpulkan. Kalau biaya overhead yang dikeluarkan adalah tetap, apalagi makin besar, khususnya yang menyangkut biaya tetap (*fix cost*), maka kebangkrutan finansial telah mengancam. Hal inilah yang menyebabkan ditutupnya prodi pada PTS, bahkan bukan tidak mungkin ditutupnya PTS itu sendiri.

Untuk meminimalkan persoalan tersebut, ibarat menjual sebuah produk, PTS harus mengamati siapa saja pesaing usahanya. Hal ini akan membantu PTS untuk melihat sejauh mana peluang pangsa pasar yang dapat dipengaruhi, berapa harga yang mereka tetapkan untuk produk/jasa sejenis dengan produk/ jasanya, bagaimana mereka memberikan layanan terbaik, dan bagaimana kemampuan finansial mereka.

Banyaknya persoalan yang melilit PTS, terutama terkait dengan keributan dengan pihak yayasan, semakin memicu turunnya angka perolehan mahasiswa akibat stigma negatif di

masyarakat. Calon mahasiswa pada gilirannya semakin selektif dalam memilih PTS karena tidak ingin masa depan mereka terkatung-katung akibat sulit diterima di perusahaan. Mereka lebih memilih zona aman. Pesaing

Calon mahasiswa akan beranggapan bahwa lebih baik kuliah di perguruan tinggi yang relatif bersih dari gosip, sekalipun masuk prodi yang kurang diminati, daripada masuk prodi yang diminati namun di bawah perguruan tinggi yang sarat dengan berita tak sedap.

Calon mahasiswa tidak mau mempertaruhkan jutaan rupiah hanya untuk masa depan yang tidak jelas gara-gara salah memilih PTS. Pesaing model inilah yang disebut sebagai pesaing tidak langsung (*indirect competitor*) yang dianggap sebagai substitutif (produk pengganti).

Untuk menghadapi pesaing langsung (*direct competitor*), PTS harus mewaspadaikan tiga level pesaing, yaitu *prime competitor*, *middle competitor*, dan *weak competitor*.

Prime competitor adalah pesaing yang memiliki posisi kuat di pasar. Perguruan tinggi level ini tidak saja memiliki finansial cukup mapan dibanding yang lain, tapi juga memiliki kualitas produk dan layanan yang baik. Mereka memiliki citra positif di masyarakat. Dalam persaingan pangsa pasar, merekalah yang disebut sebagai market leader. Sayangnya, perguruan tinggi yang masuk level ini sangat sedikit. Karena prime competitor biasanya dihuni oleh PTN dan PTS elite.

Middle competitor adalah pesaing yang tergolong pemain lama di pasar. Mereka biasanya cukup puas dengan kedudukannya di pasar saat ini. Middle competitor suatu saat bisa mengancam keberadaan prime competitor karena middle competitor juga memiliki wacana dan cita-cita untuk menempati kedudukan sebagai market leader pada saat mereka memiliki kekuatan untuk meraih posisi itu.

Adapun *weak competitor* adalah perusahaan yang tidak memiliki keberdayaan di pasar. Jumlah mereka cukup banyak dan tidak jarang mengalami kondisi yang tidak nyaman dan sulit untuk bertahan. Mereka tidak memiliki kemampuan finansial yang cukup baik untuk memperbaiki kualitas produk dan layanan, serta cenderung sangat berhati-hati dalam melakukan perubahan.

Kebanyakan dari mereka tidak memiliki kepercayaan yang kuat terhadap promosi yang dapat merangsang peningkatan penjualan produk. Perguruan tinggi level inilah yang

paling banyak dijumpai di Indonesia, termasuk di Jawa Timur. Mereka adalah PTS kelas bawah. Gulung tikar.

Dengan melihat level-level tersebut, kita bisa melihat kekuatan PTS-PTS di Jawa Timur. Di Surabaya, misalnya, praktis hanya sekitar empat hingga lima PTS saja yang masuk level prime competitor. Diperkirakan PTS seperti ini akan tetap eksis sejalan dengan berkembangnya PTN yang semakin banyak dihuni calon-calon mahasiswa yang berkemampuan rendah namun hanya mengandalkan rupiah dengan dibukanya berbagai jalur.

Sayang, perkembangan PTS prime competitor tidak diikuti PTS middle competitor. Jika sebelumnya PTS middle competitor menjadi pesaing berat PTS prime competitor-karena suatu saat mereka siap menyodok sebagai market leader, saat ini mereka justru melempem dan terancam gulung tikar. Ketidaksiapan dalam mengatur strategi promosi membuat mereka terperosok ke level bawah (weak competitor). Bahkan, bisa habis sama sekali.

Kekhawatiran akan matinya PTS di Jatim akhirnya tinggal menunggu waktu saja. Apalagi PTS weak competitor semakin menjamur dengan hadirnya pendatang baru dari PTS middle competitor. Oleh karena itu, untuk mengantisipasi kematian massal, PTS harus menggunakan strategi- strategi promosi yang terarah sebagaimana yang ditawarkan John E Kennedy dan R Dermawan Soemanagara (2006).

Pertama, harus menganalisa terlebih dahulu peluang pasar dan pesaing. Kedua, harus menentukan pangsa pasar yang jelas. Ketiga, menerapkan promosi yang berbeda dengan yang lain. Perbedaan ini ditentukan oleh pasar apa yang digunakan, pencapaian yang diharapkan, dan kemampuan keuangan yang dimiliki.

Jika strategi-strategi ini lepas, bukan tidak mungkin PTS tersebut tinggal menunggu lonceng kematian saja.